

# *La comunicazione in emergenza di ATS Brescia*

Daria Scarpato

Sistema Socio Sanitario



Regione  
Lombardia

ATS Brescia

Legge 150/2000 <<Disciplina delle attività di comunicazione e informazione delle pubbliche amministrazioni >>

**Delinea** distinzione tra INFORMAZIONE (UFFICIO STAMPA ) E COMUNICAZIONE (URP)

**Disciplina**, in attuazione dei principi di trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa, le attività di informazione e comunicazione della PA

**Nel Rispetto di:** Segreto di Stato, segreto d'ufficio, tutela della riservatezza dei dati personali, in conformità a comportamenti richiesti dalle carte deontologiche

Le attività di comunicazione e informazione sono volte a realizzare:

- a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici
- b) La comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alla collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa
- c) La comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente

a) Curato da Ufficio Stampa (art. 9 L. 150/2000)

Addetto stampa, personale iscritto all'albo dei giornalisti (pubblicista/professionista – dipendente/esterno)

Il 10 novembre 2011 il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei giornalisti ha approvato la **Carta dei doveri dei giornalisti degli Uffici stampa.**

Il giornalista che opera negli Uffici Stampa delle amministrazioni pubbliche agisce in conformità a due principi fondamentali contenuti nella legge 150/2000: **il diritto dei cittadini di essere informati e il diritto/dovere delle istituzioni pubbliche di informare**

L'Ufficio Stampa è la struttura primaria dell'informazione giornalistica verso l'esterno: selezionare, filtrare, veicolare informazioni interne

L'informazione deve svolgersi nell'interesse primario del CITTADINO  
“l'ufficio stampa è il ponte di collegamento tra un'azienda e gli organi di informazione. Il suo compito è far sì che i media vengano a conoscenza, in modo corretto e trasparente, delle notizie che l'azienda intende diffondere”

Principali interlocutori: mass media

Addetto stampa: quale fonte attendibile, credibile

Comunicazione in emergenza

*Le Amministrazioni Pubbliche si trovano sempre più a dover gestire piccole e grandi situazioni di crisi*

Crisi: non solo come eventi catastrofici – ma anche incidenti ambientali, epidemie, emergenze sociali o comunque una situazione percepita di emergenza dalla popolazione

**Crisi diviene anche una crisi di comunicazione** che va al contempo gestita ed orientata

*Predisporre e prevedere un piano di crisi*

1. formazione degli operatori per affrontare le crisi (per perfezionare le competenze tecnico-scientifiche e quelle comunicativo relazionali)
2. avere spazi comuni di lavoro e condivisione e strumenti idonei
3. costituire un team multidisciplinare in cui siano chiari compiti e ruoli
- 4 individuare il portavoce per la comunicazione esterna

Comunicazione in emergenza

### *Al momento dell'emergenza*

1. l'istituzione deve essere la prima ad annunciare l'emergenza, dichiarando: cosa sta accadendo; cosa si è fatto e cosa si intende fare; dire ciò che ancora non si sa (per dare certezze anche in senso negativo); utilizzando argomentazioni e motivazioni a supporto.
2. non ridicolizzare la paura della popolazione – bensì considerarla e abbassare ove possibile il livello di tensione
3. realizzare un flusso informativo strutturato interno per la predisposizione di una informazione esterna

**PER CONSOLIDARE IL RAPPORTO DI FIDUCIA E CREDIBILITA' che si alimenta con una informazione trasparente, corretta, omogenea**

Comunicazione in emergenza

**Individuare:** Quali sono gli stakeholder - mass media, cittadini, enti locali, enti regionali/nazionali; linguaggi diversi per contenuti anche simili e casi esperenziali (es. malato di polmonite guarito oppure casi pratici)

**Errori istituzionali da evitare:** assenza di strategia, passività, burocrazia, linguaggio inadeguato, confusione dei ruoli, **tempi inadeguati**

**Gestione del tempo adeguato:** pianificare la giornata per la raccolta informazioni e la loro diffusione dando, ove possibile, tempi certi alla stampa – fissare la time table degli appuntamenti con i media, preparare materiale stampa quotidiano e utilizzare strumenti telematici (sito web)

**IMPORTANTE: NON IMPROVVISARE**

## Comunicazione in emergenza sanitaria [EVENTO EPIDEMICO POLMONITI]

Polmoniti nella bassa bresciana orientale – cosa ha significato governare l'informazione in emergenza, e governare – per quanto possibile la paura dei cittadini

**Dal 7 al 28 settembre 2018 lavoro quotidiano** «fianco a fianco» con professionisti sanitari e non

1. Gruppo di lavoro multi disciplinare, dove sono chiari ruoli e competenze
2. Integrazione costante delle informazioni
3. Individuazione della figura che si rapporta con l'esterno a seconda della tipologia di stakeholder (codice di comportamento ATS in materia – Decreto DG 510/2018 “Il dipendente non intrattiene rapporti con organi di stampa o con altri mezzi di informazione, se non previamente autorizzato dalla Direzione Generale”)
4. Individuazione di un numero di riferimento per la stampa (addetto stampa) e per altri interlocutori (urp, numero verde)

## TRIANGOLAZIONE DEI FLUSSI INFORMATIVI ALL'ESTERNO:

### ATS – REGIONE – MASS MEDIA

Raccolta dati e elaborazione di testo per la stampa; Rapporto giornaliero: **comunicati stampa**, anche per il tramite dell'Addetto stampa Assessorato al Welfare; comunicazione ai sindaci dei 7 comuni + interessati

**2 conferenze stampa** (con stampa locale e nazionale)

**Variabilità MASS MEDIA:** tempi di realizzazione (TV nazionale tempo zero: tg notizia fast food e radio); linguaggio e contenuti (semplici e chiari per governare la paura della cittadinanza); approccio della stampa locale (che si occupa di sanità); scollamento di alcune testate (attingo da fonti non istituzionali); trasmissioni televisive (informative e “di colore”)  
MA valutazione complessivamente positiva

**Strumenti a disposizione:** 2 telefoni cellulari sempre attivi e almeno una linea fissa attiva orario servizio; supporto da URP per veicolare informazioni alla popolazione; uso del pc da qualsiasi postazione di Agenzia

## Mappatura del fenomeno mediatico attraverso lo strumento di rassegna stampa on line

Periodo di indagine: **8/09 – 29/09**

più di **400** (di cui almeno 300 con riferimento ad ATS Brescia) articoli pubblicati carta stampata a livello locale e nazionale riguardanti legionella e polmonite

Più di **600** articoli on line che comprendono quotidiani locali, sovra provinciali e nazionali; blog (che spesso rilanciano la medesima notizia all'infinito) articoli di radio (che usano voce e portale per diffondere notizie); agenzie di stampa (es. ANSA)

Stampa locale/nazionale (es. SKY presente per giornate intere nel piazzale di Agenzia); trasmissioni televisive (collaborazione di TdP e Laboratorio SP) nazionali anche di intrattenimento; radio locali e nazionali; consolato francese; radio tedesca; canale europeo di informazioni. Stampa che ha scelto di non affidarsi a fonte ufficiale .....

Più di **50/60 vs 20** di media di un comunicato stampa non di argomento emergenziale, o con percezione pubblica e mediatica inferiore